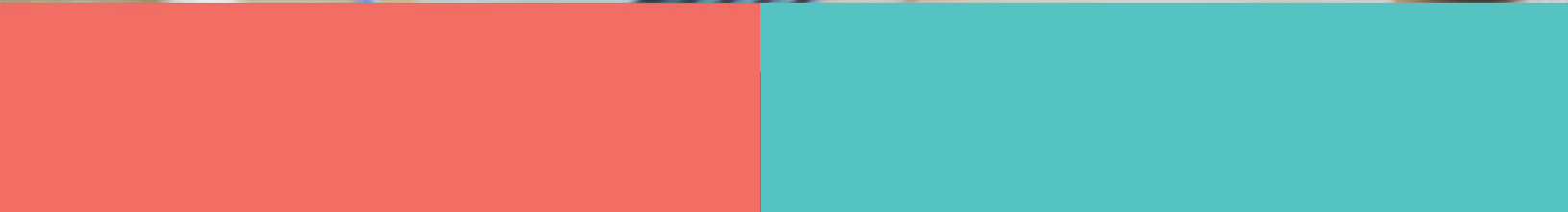


# PROYECTOS **2017** MESAS Y COMITÉS



# COMITÉ DE LINEAMIENTOS Y MEJORES PRÁCTICAS

MARZO 2017 - MARZO 2019

## PRESIDENTE



Luis Badillo

luis.badillo@masclicks.com.mx

## VICEPRESIDENTE



Claudio Flores

claudio@lexia.com.mx

## CONTACTOS IAB MÉXICO

Susana Ramírez  
GERENTE DE RELACIÓN  
CON SOCIOS

susana.ramirez@iabmexico.com

Ma. Fernanda Mimiaga  
RELACIÓN CON SOCIOS  
mafer@iabmexico.com

## OBJETIVO

Generar, difundir y fomentar estándares y lineamientos que establezcan las mejores prácticas de la Industria del Marketing Interactivo con el objetivo de fortalecer su propuesta de valor para el usuario y el ecosistema.

## PROYECTOS 2017

### 1. WHITE PAPER SEARCH

Documento de industria que pretende ser un acercamiento formal, sencillo y transparente para cualquier usuario interesado en sumarse a la publicidad en los buscadores de internet.

DESCARGA EL DOCUMENTO EN:  
<http://bit.ly/WhitePaperIAB-Search2017>

### 2. FORO NATIVE ADVERTISING

Este foro busca definir que es Native Advertising y sus mejores prácticas desde la perspectiva del ecosistema digital.

### 3. MEJORES PRÁCTICAS EN PUBLICIDAD DIGITAL

Difundir y promover entre los socios de IAB México los diferentes programas impulsados por IAB a nivel global para fomentar la adopción de mejores prácticas de industria.

- Coalition for Better Ads: Proyecto formado por una coalición de diferentes players de la industria cuyo objetivo es desarrollar e implementar nuevos estándares globales para la publicidad en línea que respondan a las expectativas de los consumidores y mejoren su experiencia.

- TAG (Trustworthy Accountability Group): Proyecto que busca crear transparencia y confianza en el ecosistema al eliminar el fraude, promover la seguridad de marca y prevenir la piratería en internet.

- Ad choices: Programa de autorregulación el cual pretende transparentar el uso de herramientas de Behavioral targeting, informando a los usuarios que su información está siendo recolectada para mejorar el tipo de publicidad que verán. Su objetivo es servir anuncios que vayan de acuerdo a los intereses de los usuarios.

- L.E.A.N. : Principios que promueven el dere-

cho de los usuarios por una publicidad justa, relevante y no invasiva. LEAN significa Ligero, Encriptado, Ad Choice Supported (Anuncios servidos de acuerdo a los intereses del usuario) y No invasivos.

- D.E.A.L. : Concientiza a los usuarios acerca del intercambio de valor que hace posible el modelo de negocio de la publicidad, aplicando las tácticas que se consideren apropiadas en función de la relación del publisher con su audiencia. DEAL significa Detectar, Explicar, Pedir, Levantar restricciones o Limitar el acceso en respuesta a las elecciones del consumidor.

- New Ad Unit Portfolio: Respondiendo a la creciente necesidad de las marcas por llegar a los consumidores a las diferentes pantallas el Laboratorio de Tecnología de IAB ha desarrollado un portafolio para que los creativos se adapten a una variedad de tamaños de pantalla y capacidades de resolución. Este portafolio incorpora los Principios LEAN de AdChoices, es decir ligeros, cifrados y no invasivos dentro de todos sus formatos de anuncio: móvil, video y nativos.

### 4. INNOVATION DAYS: MEJORES PRÁCTICAS EN PUBLICIDAD DIGITAL

Seminarios de actualización de un día sobre un tema específico, con la participación de expertos de la industria. Evento exclusivo para tomadores de decisiones en el que se presentan conferencias y showcases para un aproximado de 150 asistentes.

Este es el proyecto en el cual el foro y el tema permiten llegar a un nicho mucho más específico donde el networking se da entre anunciantes, medios y agencias.

Generar un contenido más rico y dinámico que difunda dentro del evento las iniciativas anteriormente mencionadas, entre otras tendencias de Mejores Prácticas en Publicidad Digital.

# COMITÉ DE LINEAMIENTOS Y MEJORES PRÁCTICAS

MARZO 2017 - MARZO 2019

- **Mejores prácticas en publicidad digital:** 29 de Junio

SINERGIA CON:



---

## 5. GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS DE COMBATE AL FRAUDE

Esta guía (basada en un documento de IAB Brasil) recomienda las buenas prácticas en la lucha contra el fraude, buscando reducir así al mínimo su impacto en la publicidad digital. Todos los participantes de la cadena de valor deben sumarse de manera responsable ya que cualquiera puede verse afectado.

---

## 6. AD BLOCKING

Continuar con la difusión del script de IAB US para sumar al resto de la industria a esta iniciativa de medición y concientización del intercambio de valor que la publicidad permite.

Generación y aplicación de cuestionario que se integrará al EICI para lograr un estimado sobre el impacto del uso de bloqueadores de anuncios en la industria de la publicidad digital. Se dará difusión a otros recursos sobre ad blocking y mejora de la experiencia de usuario.

---

## 7. PROGRAMMATIC ADVERTISING

La continua transformación en la que se ve inmersa la industria digital obliga a mantenerse al día en cuanto a nuevas tendencias y formas de hacer publicidad digital o interactiva más allá del simple clic. Actualmente más que una tendencia, Programmatic Advertising es la nueva constante para poner al usuario como eje central de las estrategias de comunicación, revolucionando la forma de segmentar y encontrarlo en los diferentes momentos de su día a día basado en el aprendizaje de sus patrones de navegación.

Se ha creado un centro de recursos de Programmatic Advertising, donde se podrá encontrar información de diferentes fuentes, tanto locales como de otras filiales de IAB alrededor del mundo y demás iniciativas que se realizan desde las mesas de trabajo y comités.

Se busca seguir con su difusión y crecimiento, para 2017 se buscará también la clasificación del contenido en niveles que van de introductorio a avanzado.

MÁS INFORMACIÓN EN:

<http://bit.ly/IAB-RecursosProgrammatic>

---

## 8. NUEVAS TENDENCIAS DE LA INDUSTRIA / FOROS DE DISCUSIÓN

Identificar y comunicar de manera ágil y oportuna las mejores prácticas que impactan a la industria de la publicidad digital y marketing interactivo.

Diseño, desarrollo y ejecución de foros sobre temas de mayor impacto en el desarrollo de la industria.

SINERGIA CON:

**Todas la mesas y comités**

---

## 9. NUEVOS TÉRMINOS Y ACTUALIZACIÓN DEL GLOSARIO DIGITAL

El Glosario Digital es un vocabulario de términos y conceptos digitales asociados a la investigación de medios para la homologación de criterios empleados en la industria de medios de comunicación.

MÁS INFORMACIÓN EN:

<http://www.glosariodigital.mx>

# COMITÉ DE INVESTIGACIÓN

MAYO 2016 - MAYO 2018

## PRESIDENTE



Karina Vega  
karina@lexia.com.mx

## VICEPRESIDENTE



Pablo Castellanos  
pablococo@google.com

## CONTACTOS IAB MÉXICO

Lourdes Hernández  
GERENTE DE INVESTIGACIÓN  
lourdes.hernandez@iabmexico.com

Karla López  
INVESTIGACIÓN  
karla@iabmexico.com

Susana Ramírez  
GERENTE DE RELACIÓN  
CON SOCIOS  
susana.ramirez@iabmexico.com

Ma. Fernanda Mimiaga  
RELACIÓN CON SOCIOS  
mafer@iabmexico.com

## OBJETIVO

Ser el referente para el desarrollo de la industria de la publicidad digital y marketing interactivo a través de la construcción, análisis y difusión de insights & aprendizajes accionables soportados por metodologías, recursos de información e inteligencia de mercados.

## PROYECTOS 2017

1. ESTUDIO DE CONSUMO DE MEDIOS Y DISPOSITIVOS ENTRE INTERNAUTAS MEXICANOS (ECMyD) 9ª edición

Este estudio profundiza en explorar y conocer los usos y hábitos de las personas que se conectan a internet en México a través de los diversos dispositivos móviles, así como entender la experiencia y la percepción de los consumidores hacia la publicidad que hay en este medio.

A través de cortes específicos se genera información por segmentos: Mujeres, Hombres, Generación Z, Millennials, NSE bajos.

Desarrollado por Millward Brown

SINERGIAS CON:



2. ESTUDIO DE INVERSIÓN EN COMUNICACIÓN EN INTERNET (EICI) 11ª edición

Analiza la inversión en pauta publicitaria y desarrollo en Internet y plataformas móviles. Este estudio recopila la facturación de los principales portales, sitios web, móviles y desarrolladores que operan en nuestro país. Ofrece información relevante y estratégica para las empresas del sector de publicidad digital.

Desarrollado por PwC

SINERGIAS CON:



3. HUB DE ESTUDIOS

Plataforma que recopilará distintos estudios y whitepapers sobre marketing interactivo que brinden valor a la industria.

Temas potenciales: Vistazo general a NSE del ECMyD (Junio), Back to School (Agosto), Buen Fin (Noviembre), etc.

SINERGIAS CON:  
**Todas la mesas y comités**

4. INFOGRAFÍAS DE INDUSTRIA

Documentos breves que recolectarán información sobre un tema de interés de industria que incluirá la participación de al menos dos fuentes publicadas y avaladas por el Comité.

SINERGIAS CON:  
**Todas las mesas y comités.**  
**Otras asociaciones y fuentes de información.**

5. SONDEO DE SUELDOS Y COMENSACIONES EN AGENCIAS Y MEDIOS

Apoyo a la mesa de Gestión de Talento en Sondeos de Sueldos y Compensaciones: Retro análisis, metodología y puntos clave presentación.

SINERGIAS CON:



6. CROSSMEDIA - 2ª edición

Tiene como objetivo demostrar cómo una campaña publicitaria con presencia integrada en

# COMITÉ DE INVESTIGACIÓN

MAYO 2016 - MAYO 2018

varios medios y un enfoque especial en video (TV Abierta + TV Cable + Video Online) incrementa la efectividad del mensaje y su alcance. A través de un análisis profundo, se busca identificar el impacto de una campaña cross-media en los indicadores clave de construcción de marca y demostrar la capacidad de la publicidad digital, ayudando a los tomadores de decisiones de las marcas a aprovechar el potencial de esta industria.

Desarrollado por Millward Brown

SINERGIA CON:



## 7. ESTUDIO IAB INTERNACIONAL

Iniciativa derivada del IAB Global Research enfocada en investigar usos y hábitos en dispositivos móviles sobre diversos temas (en ediciones pasadas se han realizado reportes sobre eventos masivos, consumo de video y mobile commerce).

---

## 8. ESTUDIO DE AUDIO DIGITAL

Identificar el valor agregado del Audio Online como medio de comunicación y como plataforma publicitaria eficaz, generando insights acerca del comportamiento, patrones de consumo, formatos y su eficacia. Basado en estudio de Radio Digital de IAB Spain. Sujeto a patrocinio.

---

# COMITÉ DE EDUCACIÓN

ABRIL 2015 - JULIO 2017

## PRESIDENTE



Omar Medina

omar.medina@plusmedia.com.mx

## VICEPRESIDENTE



Alejandro Valencia

alejandro.valencia@gettyimageslatam.com

## CONTACTOS IAB MÉXICO

Paola Pérezgasga  
GERENTE DE EVENTOS  
paola.perezgasga@iabmexico.com

Saskia Parker  
GERENTE DE EDUCACIÓN  
saskia.parker@iabmexico.com

Susana Ramírez  
GERENTE DE RELACIÓN  
CON SOCIOS  
susana.ramirez@iabmexico.com

Adriana Torres  
RELACIÓN CON SOCIOS  
adriana.torres@iabmexico.com

## OBJETIVO

Contribuir a la profesionalización de la industria de la Publicidad Digital y Marketing Interactivo a través de la generación y difusión del conocimiento.

## EVENTOS PROYECTOS 2017

### 1. IAB CONECTA 2017

Es el congreso más importante para la Industria de la Publicidad Digital y Marketing Interactivo en México y un referente para América Latina, el cual reúne a más de 1600 asistentes de más de 20 países (Anunciantes, Prensa, Agencias, Plataformas Digitales y Medios), que interactúan con las empresas más importantes de la industria en la zona expo y áreas de Networking.

SINERGIA CON:  
**Todas la mesas y comités**

### 2. INNOVATION DAYS

Seminarios de actualización de un día sobre un tema específico, con la participación de expertos de la industria. Evento exclusivo para tomadores de decisiones en el que se presentan conferencias y showcases para un aproximado de 150 asistentes.

Este es el proyecto en el cual el foro y el tema permiten llegar a un nicho mucho más específico donde el networking se da entre anunciantes, medios y agencias.

- **Mejores Prácticas:** 29 de Junio  
- **Métricas:** 26 de Octubre

SINERGIA CON:



### 3. PREMIOS IAB MIXX MÉXICO

Plataforma que reconoce a los casos de éxito más destacados de la Publicidad Digital en México y es el punto de encuentro entre las agencias, medios y anunciantes más importantes de la industria.

Fecha: 17 de mayo  
Lugar: Auditorio BlackBerry

<http://bit.ly/PremiosIABMIXX2017>

SINERGIA CON:



### 4. EVENTO NEW FRONTS 2018

Plataforma de vinculación similar al formato de TV Upfront cuyo objetivo es promover y potenciar el consumo del contenido a partir de diferentes interfaces de video digital.

Audiencia Meta: Anunciantes, Agencias de Comunicación y de Medios

SINERGIA CON:



# COMITÉ DE EDUCACIÓN

ABRIL 2015 - JULIO 2017

## EDUCACIÓN

### PROYECTOS 2017

---

#### 1. DIGITAL DAY CORPORATIVO

Programas de Capacitación "in company" en temas de publicidad digital y marketing interactivo a nivel básico e intermedio, adecuados en tiempo y profundidad. Cuentan con una metodología (DNC, Diseño, Impartición, Evaluación) que permite conocer el nivel en el que se encuentra el grupo y cuál es su evolución después de llevarlos por un proceso de capacitación.

---

#### 2. CERTIFICACIONES

Certificaciones: El mercado de la publicidad digital se hace más complejo a diario, por lo que hoy es más importante que nunca dominar las últimas tendencias y actualizaciones. La certificaciones buscan crear puntos de referencia estandarizados para asegurar profesionalizar la industria.

4 programas de Certificación Digital Internacional

<http://www.certificaciondigital.net>

Digital Media Sales  
Digital Ad Operations  
Digital Data Solutions  
Digital Media Buying and Planning

**Disponibles en Evaluación Continua a partir de Abril 2017**

SINERGIA CON:



---

#### 3. DIPLOMADO EN MARKETING INTERACTIVO (DMI)

Revisión de los modulos actuales e integración de nuevos, con temas de interés en la industria.

SINERGIA CON:  
**Todas la mesas y comités**

---

#### 4. DIGITAL DAYS

Cursos básicos de Publicidad Digital y Marketing Interactivo.

---

#### 5. ALIANZAS EDUCATIVAS

Desarrollo de nuevas alianzas con otras entidades educativas para ampliar los beneficios de capacitación de los socios.

---

#### 6. CONCENTRACIÓN EN MARKETING INTERACTIVO

El programa parte de la necesidad de que nuestros alumnos puedan responder satisfactoriamente a lo que las empresas solicitan en los egresados de las universidades en términos del marketing digital, este aspecto nos lleva a la necesidad de actualizar a los profesores en temas de vanguardia sobre todo tratándose de un área de conocimiento poco explorada, desde el punto de vista académico, pero muy conocida y utilizada por las empresas.

---

#### 7. CAMPUS PARTY (TALENT PARTY)

Es la mayor comunidad del mundo que reúne a jóvenes de talento, en una plataforma de: Ciencia, Innovación, Emprendimiento, Creatividad y Entretenimiento.

Participación con contenido para las Conferencias Magistrales y Mesas de Debate en los foros de Talent Party y Talent Executive Summit.

SINERGIA CON:



---

#### 8. FORO UNIVERSITARIO

Por primera vez IAB Conecta ofrece en el marco del evento un espacio independiente para captar y vincular al futuro talento para la industria.

Siete conferencias enfocadas a un perfil universitario o recién egresados en donde podrán conocer lo más relevante en la Publicidad Digital así como aprovechar los espacios de vinculación.

# MESA DE SOCIAL MEDIA

JULIO 2016 - JULIO 2018

## PRESIDENTE



Miguel Arcos  
comparte@molemkt.com

## VICEPRESIDENTE



Daniela Meymar  
daniela.meymar@socialand.com

## CONTACTOS IAB MÉXICO

Susana Ramírez  
GERENTE DE RELACIÓN  
CON SOCIOS  
susana.ramirez@iabmexico.com

Adriana Torres  
RELACIÓN CON SOCIOS  
adriana.torres@iabmexico.com

## OBJETIVO

Entender, identificar, describir y estructurar el Social Media en México desde el punto de vista de Industria, para homologar criterios y lograr la profesionalización y estandarización de su valor y potencial.

## PROYECTOS 2017

### 1. HANDBOOKS

Desarrollo de cuatro documentos de industria que sirvan de guía para entender diferentes temas que involucra la estrategia de social media.

- Proceso Creativo
- Alineación de Objetivos con Kpi's
- Recursos Tecnológicos para el equipo de Social Media
- Social Listening y Monitoreo

SINERGIA CON:



### 2. INSPIRATIONAL TALKS

Dentro de las sesiones de la mesa, se llevarán a cabo pláticas con líderes de la industria quienes compartirán las diferentes formas de ver e implementar la estrategia de Social Media.

- Recursos Tecnológicos para el equipo de Social Media
- Social Listening y Monitoreo

SINERGIA CON:



### 3. FORO DO'S Y DONT'S DEL COMMUNITY MANAGER

Desmitificar el rol, tareas y responsabilidades que involucran la figura actual del CM para cimentar la profesionalización de esta posición.

SINERGIA CON:



### 4. ESTUDIO DE INVERSIÓN EN COMUNI- CACIÓN EN INTERNET (EICI) 11ª edición

Analiza la inversión en pauta publicitaria y desarrollo en Internet y plataformas móviles. Este estudio recopila la facturación de los principales portales, sitios web, móviles y desarrolladores que operan en nuestro país. Ofrece información relevante y estratégica para las empresas del sector de publicidad digital.

Desarrollado por PwC

SINERGIA CON:



### 5. ESTUDIO DE CONSUMO DE MEDIOS Y DISPOSITIVOS ENTRE INTERNAUTAS MEXICANOS (ECMyD) 9ª edición

Este estudio profundiza en explorar y conocer los usos y hábitos de las personas que se conectan a internet en México a través de los diversos dispositivos móviles, así como entender la experiencia y la percepción de los consumidores hacia la publicidad que hay en este medio.

A través de cortes específicos se genera información por segmentos: Mujeres, Hombres, Generación Z, Millennials, NSE bajos.

Desarrollado por Millward Brown

SINERGIA CON:





# MESA DE VIDEO Y MULTI-SCREEN

JULIO 2015 - JULIO 2017

## PRESIDENTE



Jorge Fuentes  
jfuentesv@tvazteca.com.mx

## VICEPRESIDENTE



Karla Berman  
karlaberman@google.com

## CONTACTOS IAB MÉXICO

Susana Ramírez  
GERENTE DE RELACIÓN  
CON SOCIOS  
susana.ramirez@iabmexico.com

Adriana Torres  
RELACIÓN CON SOCIOS  
adriana.torres@iabmexico.com

## OBJETIVO

Acelerar y fortalecer el posicionamiento de video digital como el factor más importante de transformación de la publicidad digital y marketing interactivo.

## PROYECTOS 2017

### 1. WHITE PAPER VIDEO

Documento de industria que comunique en qué consiste la implementación de estrategias de video para las marcas. En esta versión se dará un enfoque general para todas las audiencias: plataformas, anunciantes y agencias para que conozcan las bondades del video.

DESCARGA EL DOCUMENTO EN:  
<http://bit.ly/WhitePaperIAB-Video2017>

### 2. STATE OF ART DE MULTISCREEN

Generación de un documento con las mejores prácticas y conceptos de Multi-Screen que sirvan de base y guía para la industria de Marketing interactivo con respecto al potencial que tiene esta estrategia.

### 3. IMPULSO DIGITAL: VIDEO (LABORATORIO DE CASOS DE ÉXITO)

Proyecto para la creación de casos de éxito de video digital, mediante el desarrollo y ejecución de mentorías de los Socios de IAB México para una organización no lucrativa.

SINERGIA CON:



### 4. ESTUDIO DE INVERSIÓN EN COMUNICACIÓN EN INTERNET (EICI) 11ª edición

Analiza la inversión en pauta publicitaria y desarrollo en Internet y plataformas móviles. Este estudio recopila la facturación de los principales portales, sitios web, móviles y desarrolladores que operan en nuestro país. Ofrece información

relevante y estratégica para las empresas del sector de publicidad digital.

Desarrollado por PwC

SINERGIA CON:



### 5. ESTUDIO DE CONSUMO DE MEDIOS Y DISPOSITIVOS ENTRE INTERNAUTAS MEXICANOS (ECMyD) 9ª edición

Este estudio profundiza en explorar y conocer los usos y hábitos de las personas que se conectan a internet en México a través de los diversos dispositivos móviles, así como entender la experiencia y la percepción de los consumidores hacia la publicidad que hay en este medio.

A través de cortes específicos se genera información por segmentos: Mujeres, Hombres, Generación Z, Millennials, NSE bajos.

Desarrollado por Millward Brown

SINERGIA CON:



### 6. RECOMENDACIONES EN EL USO DE FORMATOS DE ACUERDO A OBJETIVOS (IMPRESO/VIDEO)

Compilación de los principales formatos de video y el objetivo que cumple cada uno dentro de una estrategia de marketing.

# MESA DE VIDEO Y MULTI-SCREEN

JULIO 2015 - JULIO 2017

## 7. EVENTO NEW FRONTS 2018

Plataforma de vinculación similar al formato de TV Upfront cuyo objetivo es promover y potenciar el consumo del contenido a partir de diferentes interfaces de video digital.

Audiencia Meta: Anunciantes, Agencias de Comunicación y de Medios



## 8. CROSSMEDIA - 2ª edición

Tiene como objetivo demostrar cómo una campaña publicitaria con presencia integrada en varios medios y un enfoque especial en video (TV Abierta + TV Cable + Video Online) incrementa la efectividad del mensaje y su alcance.

A través de un análisis profundo, se busca identificar el impacto de una campaña cross-media en los indicadores clave de construcción de marca y demostrar la capacidad de la publicidad digital, ayudando a los tomadores de decisiones de las marcas a aprovechar el potencial de esta industria.

Desarrollado por Millward Brown

SINERGIA CON:



# MESA DE GESTIÓN DE TALENTO

NOVIEMBRE 2016 - NOVIEMBRE 2018

## PRESIDENTE



Yazmín Culebro Karam  
yculebro@centralmedia.mx

## VICEPRESIDENTE



Laura Rivera  
laura.rivera@socialand.com

## CONTACTOS IAB MÉXICO

Susana Ramírez  
GERENTE DE RELACIÓN  
CON SOCIOS  
susana.ramirez@iabmexico.com

Ma. Fernanda Mimiaga  
RELACIÓN CON SOCIOS  
mafer@iabmexico.com

## OBJETIVO

Generar, compartir y difundir las mejores prácticas y estrategias de la gestión de talento que permita posicionarlo como pilar del crecimiento de la industria de publicidad digital y marketing interactivo.

## PROYECTOS 2017

### 1. SONDEO DE SUELDOS Y COMPENSACIONES EN AGENCIAS 4ª Edición

Identificar los sueldos y compensaciones de las posiciones clave dentro de la estructura organizacional de las Agencias de Comunicación Digital, para ayudar a las agencias a mejorar sus procesos de gestión de talento y estabilizar los términos generales de contratación en puestos clave, permitiéndoles un mejor aprovechamiento de sus recursos humanos; con el fin de impulsar la profesionalización de la industria digital en nuestro país.

SINERGIA CON:



### 2. FORO: #BESTTALENTPRACTICES

Diseño, desarrollo y ejecución de foro para difundir mejores prácticas sobre los incentivos que pueden ayudar a la atracción y retención de talento en nuestra industria.

SINERGIA CON:



### 3. GUÍA DE MEJORES PRÁCTICAS PARA EL RECLUTAMIENTO DE PERFILES DE GESTORES DE COMUNIDADES

Documento que sirva de guía sobre las

mejores prácticas para los reclutadores que buscan un gestor de comunidades y no tengan claro el perfil y las actividades que debe o no desempeñar.

SINERGIA CON:



### 4. VINCULACIÓN CON AMEDIHR

Se buscará vinculación con la Asociación Mexicana en Dirección de Recursos Humanos (AMEDIHR) cuyo objetivo será fomentar el desarrollo y la capacitación de los responsables de promover la función humana de las empresas asociadas a IAB México.

### 5. CERTIFICACIONES

Certificaciones: El mercado de la publicidad digital se hace más complejo a diario, por lo que hoy es más importante que nunca dominar las últimas tendencias y actualizaciones. La certificación buscan crear puntos de referencia estandarizados para asegurar profesionalizar la industria.

4 programas de Certificación Digital Internacional

<http://www.certificaciondigital.net>

Digital Media Sales  
Digital Ad Operations  
Digital Data Solutions  
Digital Media Buying and Planning

# MESA DE GESTIÓN DE TALENTO

NOVIEMBRE 2016 - NOVIEMBRE 2018

Disponibles en Evaluación Continua a partir de Abril 2017

SINERGIA CON:



---

## 6. CAMPUS PARTY (TALENT PARTY)

Es la mayor comunidad del mundo que reúne a jóvenes de talento, en una plataforma de: Ciencia, Innovación, Emprendimiento, Creatividad y Entretenimiento.

Participación con contenido para las Conferencias Magistrales y Mesas de Debate en los foros de Talent Party y Talent Executive Summit.

SINERGIA CON:



## 7. IAB CONECTA 2017

Es el congreso más importante para la Industria de la Publicidad Digital y Marketing Interactivo en México y un referente para América Latina, el cual reúne a más de 1600 asistentes de más de 20 países (Anunciantes, Prensa, Agencias, Plataformas Digitales y Medios), que interactúan con las empresas más importantes de la industria en la zona expo y áreas de Networking.

Espacio de reclutamiento de nuevos talentos.



# MESA DE LEGAL AFFAIRS

FEBRERO 2017 - FEBRERO 2019

## PRESIDENTE



Erika Villarreal  
Erika\_Villarreal@discovery.com

## VICEPRESIDENTE



Diana Arredondo  
darredondor@televisa.com.mx

## CONTACTOS IAB MÉXICO

Susana Ramírez  
GERENTE DE RELACIÓN  
CON SOCIOS  
susana.ramirez@iabmexico.com

Adriana Torres  
RELACIÓN CON SOCIOS  
adriana.torres@iabmexico.com

## OBJETIVO

Identificar problemáticas y necesidades en temas legales dentro de la Publicidad Digital, desarrollar soluciones y promover la interacción legal entre los Socios de IAB México para ser el referente de la industria.

## PROYECTOS 2017

### 1. GUÍA DE CM (ASPECTOS LEGALES)

Documento que sirva de guía sobre las mejores prácticas que debe considerar un community manager en su trabajo diario y para los reclutadores que buscan un gestor de comunidades y no tengan claro el perfil y las actividades que debe o no desempeñar.

SINERGIAS CON:



### 2. FORO DO'S Y DONT'S DEL COMMUNITY MANAGER

Desmitificar el rol, tareas y responsabilidades que involucran la figura actual del CM para cimentar la profesionalización de esta posición.

SINERGIAS CON:



### 3. CONVENIO COFEPRIS - ASOCIACIÓN DE INTERNET MX – AMAPF – IAB MÉXICO

Planeación de un acuerdo de colaboración entre COFEPRIS y las principales asociaciones vinculadas con Publicidad y Comunicación en Plataformas Digitales

(AMAPF, ASOCIACIÓN DE INTERNET MX e IAB México) con la finalidad de establecer procesos de comunicación eficientes entre estas instituciones y la autoridad.



### 4. ACTUALIZACIÓN CONTENIDOS DMI

Revisión y actualización del temario Módulo Legal del Diplomado en Marketing Interactivo.

SINERGIAS CON:



### 5. REPOSITORIO LEGAL

Compilación de regulaciones que impactan directamente a la Industria de la Publicidad Digital y Marketing Interactivo.

# MESA DE LEGAL AFFAIRS

FEBRERO 2017 - FEBRERO 2019

## 6. IMPLEMENTACIÓN DE LA INICIATIVA AD CHOICES

Analizar la viabilidad y en su caso ruta para la implementación de la iniciativa AD Choices en México.

SINERGIA CON:



## 7. DIGITAL DAY DE LEGAL AFFAIRS

Curso especializado en temas Legales aplicables a la Publicidad Digital y Marketing Interactivo en México.

SINERGIA CON:



# MESA DE AGENCIAS

AGOSTO 2015 - AGOSTO 2017

## PRESIDENTE



Gerónimo Ávila  
geronimo@element.com.mx

## VICEPRESIDENTE



Jorge Alor  
alor@bnn.mx

## CONTACTOS IAB MÉXICO

Susana Ramírez  
GERENTE DE RELACIÓN  
CON SOCIOS  
susana.ramirez@iabmexico.com

Adriana Torres  
RELACIÓN CON SOCIOS  
adriana.torres@iabmexico.com

## OBJETIVO

Facilitar a las agencias digitales y de publicidad la interacción con los anunciantes, a través de orientación e información que les permita tener mejores experiencias y aprovechar mejor la oportunidad digital.

## PROYECTOS 2017

### 1. ACTUALIZACIÓN DIRECTORIO DE AGENCIAS SOCIAS 2017

Actualización de directorio que incluya los skills de cada agencia participante con una validación confidencial de anunciantes. Tendrá el objetivo de dar mayor visibilidad a nuestras agencias socias.

¡Conócelo y Súmate!

<http://iniciativas.iabmexico.com/directorio-de-agencias/index.html>

### 2. PREMIOS IAB MIXX MÉXICO

Plataforma que reconoce a los casos de éxito más destacados de la Publicidad Digital en México y es el punto de encuentro entre las agencias, medios y anunciantes más importantes de la industria.

Fecha: 17 de mayo  
Lugar: Auditorio BlackBerry

<http://bit.ly/PremiosIABMIXX2017>

SINERGIA CON:



### 3. CAMPUS PARTY (TALENT PARTY)

Es la mayor comunidad del mundo que reúne a jóvenes de talento, en una plataforma de: Ciencia, Innovación, Emprendimiento, Creatividad y Entretenimiento.

Participación con contenido para las Conferencias Magistrales y Mesas de Debate en los foros de Talent Party y Talent Executive Summit.

SINERGIA CON:



### 4. SONDEO DE SUELDOS Y COMPENSACIONES EN AGENCIAS 4ª Edición

Identificar los sueldos y compensaciones de las posiciones clave dentro de la estructura organizacional de las Agencias de Comunicación Digital, para ayudar a las agencias a mejorar sus procesos de gestión de talento y estabilizar los términos generales de contratación en puestos clave, permitiéndoles un mejor aprovechamiento de sus recursos humanos; con el fin de impulsar la profesionalización de la industria digital en nuestro país.

SINERGIA CON:



# MESA DE AGENCIAS

AGOSTO 2015 - AGOSTO 2017

## 5. ENCUENTRO DE AGENCIAS

Plataforma de difusión e intercambio de información sobre temas relevantes para las agencias dedicadas a la Publicidad Digital y Marketing Interactivo.

---

## 6. ESTUDIO DE INVERSIÓN EN COMUNICACIÓN EN INTERNET (EICI) 11ª edición

Analiza la inversión en pauta publicitaria y desarrollo en Internet y plataformas móviles. Este estudio recopila la facturación de los principales portales, sitios web, móviles y desarrolladores que operan en nuestro país. Ofrece información relevante y estratégica para las empresas del sector de publicidad digital.

Desarrollado por PwC

SINERGIA CON:





## CONTACTOS IAB MÉXICO

Susana Ramírez  
GERENTE DE RELACIÓN  
CON SOCIOS  
susana.ramirez@iabmexico.com

Ma. Fernanda Mimiaga  
RELACIÓN CON SOCIOS  
mafer@iabmexico.com

## OBJETIVO

Explorar nuevos modelos para el ecosistema de la publicidad digital y marketing interactivo, fomentando la diversidad y sinergia de los participantes en pro de sus objetivos de negocio.

## PROYECTOS 2017

---

### 1. SONDEO DE NECESIDADES DE CLIENTES

Generación de un cuestionario que ayude a identificar oportunidades de negocio con los anunciantes para así poder desarrollar una oferta más ad hoc a las necesidades de estos.

Analizar insights arrojados por el sondeo que sirvan para fortalecer los lazos en la cadena de valor publicitaria.

SINERGIA CON:



# DIRECTORIO IAB MÉXICO

- **Gabriel Richaud**  
Director General
- 

- **Susana Ramírez**  
Gerente de Relación con Socios  
susana.ramirez@iabmexico.com
  - **Ma. Fernanda Mimiaga**  
Relación con Socios  
mafer@iabmexico.com
  - **Adriana Torres**  
Relación con Socios  
adriana.torres@iabmexico.com
  - **Jessica Quezada**  
Gerente Comercial  
jessica@iabmexico.com
  - **Paola Pérezgasga**  
Gerente de Eventos  
paola.perezgasga@iabmexico.com
  - **Mariana Chavero**  
Eventos  
mariana@iabmexico.com
  - **Lourdes Hernández**  
Gerente de Investigación  
lourdes.hernandez@iabmexico.com
  - **Karla López**  
Investigación  
karla@iabmexico.com
  - **Claudia Ponce**  
Vinculación Académica  
claudia.ponce@iabmexico.com
  - **Daniella Canseco**  
Comunicación y Contenidos  
daniella@iabmexico.com
  - **Ileana Rojas**  
Diseño y Comunicación  
ileana@iabmexico.com
  - **Claudia Hernández**  
Gerente de Administración y Finanzas  
claudia@iabmexico.com
  - **Jacqueline Herrera**  
Contabilidad  
jacqueline.herrera@iabmexico.com
  - **Saskia Parker**  
Gerente de Programas Educativos  
saskia.parker@iabmexico.com
  - **Oscar Rodríguez**  
Educación  
oscar@iabmexico.com
  - **Carlos Medina**  
Educación  
carlos.medina@iabmexico.com
- 

D.R. Interactive Advertising Bureau  
Asociación Interactiva en Publicidad A.C  
Julio Verne 89 -102, Col. Polanco  
Chapultepec, C.P. 11560 México D.F.  
Tel./Fax: (5255) 5281-8899  
www.iabmexico.com

